



EMPRENEDORES INNOVADORES

A.1. DATOS BÁSICOS

A.1.1. Nombre de la startup

Kuru Natural Drinking Straws

A.1.2. Describe tu proyecto en 1 línea.

Sorbetes/cañitas 100% naturales, de precio competitivo y con demanda mundial, elaborados en base a una planta agrícola inutilizada y antes quemada, generando una fuente de economía sostenible en comunidades vulneradas por la pobreza, incrementando en 316% sus ingresos.

Duración del proyecto (meses)

7

A.1.3. Sector económico en el que opera la startup

AgriTech

A.1.4. Enfoque económico

Economía circular

A.1.5. Tipo de producto o servicio

Producto físico

A.1.6. Fase de emprendimiento

Producto con ventas

A.1.7. Principal cliente de tu modelo de negocio

Business-to-Business (B2B): Empresa a Empresa

A.1.8. Región de postulación

JUNIN

Provincia de postulación

JAUJA

A.1.9. ¿El proyecto ha sido financiado previamente por ProInnovate (antes Innóvate Perú)?

NO

A.1.10. Si es que sí, ¿qué tipo de financiamiento recibió, en qué concurso y cuál fue el monto de cada uno y total? ¿Se completó el cierre del proyecto? Menciona "No aplica" si no corresponde.

No aplica

A.1.11. ¿Has postulado antes a Startup Perú con la misma startup sin haber sido beneficiario? Si es así, ¿cuál fue la última convocatoria? Menciona "No aplica" si no corresponde.

No aplica

A.1.12. ¿Cuáles son tus avances respecto a la última vez que postulaste? Menciona "No aplica" si no corresponde.

No aplica

A.1.13. La startup es respaldada por una incubadora o aceleradora cofinanciada por ProInnovate

1551 Incubadora de la UNMSM

A.1.14. La startup es respaldada por otra incubadora o aceleradora? Si es así, por favor menciónala. Menciona "No aplica" si no corresponde.

No aplica

A.1.15. Enlaces de web y redes sociales de la startup, en caso aplique.

Enlaces de web y redes sociales de la startup

A.1.16. ¿Están postulando con una empresa constituida legalmente?

SI

A.2 VIDEOS EXPLICATIVO

A.2.1. El video debe tener una duración máximo de 3 minutos.

En el video debe participar todo el equipo emprendedor y deben contestar las siguientes preguntas:

¿Cuál es el problema y cómo lo estás solucionando?

¿Por qué tu solución es distinta a lo que hay en el mercado?

¿Quién es el equipo?

Otra información que consideres relevante de tu proyecto.

<https://youtu.be/vX6zZLNc-4Q>

B.1 MODELO DE NEGOCIO Y MÉRITO INNOVADOR

SOLUCIÓN

B.1.1. Describe tu producto o servicio.

Nuestros sorbetes son los únicos 100% naturales que no necesitan pasar por un proceso de compostaje para no contaminar. Es más que una cañita, es un producto que une la economía circular, la reutilización de recursos desechados, la generación de economía sostenible en comunidades agrícolas, llevando desarrollo económico a las zonas más remotas del país y que además es un agente activo en la revolución del cuidado ambiental, atendiendo esta creciente tendencia y demanda de productos naturales.

B.1.2 ¿Qué problema u oportunidad has identificado y cómo lo resuelve o aprovecha tu solución?

Solo en USA se consume 500 millones de sorbetes al día. Hay en el mercado propuestas de sorbetes ecológicos, sin embargo, los decisores de compra no se sienten satisfechos con ellos porque estas se deshacen, son muy caros, sus propios clientes les refutan que los biodegradables contaminan igual, no tienen diversidad de opciones para todos sus tipos de bebidas o les transfieren sabor u olor, afectando la experiencia de cliente en sus locales. Kuru les ofrece todos esos beneficios.

B.1.3. ¿Quién es tu público objetivo?

Nuestro público objetivo son todas las empresas que se encuentren relacionado al ámbito food & beverage en Perú y, ahora, en Italia. Nuestros clientes son los decisores de compra de estos establecimientos que suelen ser del género masculino, alrededor de 35 años, que buscan los mejores productos para los locales, porque la evaluación de su trabajo depende de ello. Nuestros usuarios son millenials, independientes, adultos jóvenes, en su mayoría solteros, con mayor consciencia ambiental y social.

VENTAJA COMPETITIVA

B.1.4. ¿Qué atributos son tu ventaja competitiva y de qué manera tu propuesta es única a nivel nacional y/o internacional?

Cañitas 100% naturales de un solo uso de bajo precio, que generan trabajo a agricultores peruanos en pobreza extrema. Le da extensión de vida a una planta antes inutilizada y quemada y la introduce a la economía a través de un nuevo producto, generando economía circular. Con ello, se evita su quema forestal. Se puede extraer en escala por ser planta agrícola. Resisten temperaturas muy frías y/o calientes y no se deshacen. Tienen las mismas propiedades que el plástico sin dañar el planeta.

B.1.5. ¿Quién es tu competencia y cómo te diferencias de ellos? Lista entre 3 y 5 a nivel nacional y/o internacional.

Nombre de competidor	Página web	Principales diferenciadores
HayStraws	https://www.haystraws.com	[Competencia de mercado internacional] - Son de trigo, una planta de dimensiones pequeñas. - Los sorbetes Kuru, gracias a la geografía de Los Andes peruanos y a la investigación para estandarizar la gestión de cultivo. - Garantizamos una materia prima resistente al uso y al proceso de transformación -menos merma-, de un diámetro interno que comienza desde los 0.3 cm hasta el 1.2 cm, generando un mayor espectro de utilidad: desde bebidas muy líquidas hasta bebidas densas como smoothies o bubble tea.
Sasha Natura	https://www.b2peru.pe/es/product/139/sorbetes-y-removedores-de-carrizo-biodegradable	[Competencia mercado local] - Trabajan con carrizo que, al ser una planta silvestre según Serfor, su extracción causa afecciones negativas en su entorno, tanto en flora como en fauna. - Por ello, legalmente, se ven obligados a incluir un proceso de reforestación dentro de sus actividades empresariales, encareciendo el producto y haciendo mucho menos viable su producción industrializada. - Mismo es el caso de los sorbetes de bambú. - La cebadilla, planta usada para los sorbetes Kuru, son catalogadas como plantas agrícolas; es decir, que no causa ninguna afección al entorno, se puede producir y extraer a gran escala y es una planta con ciclo de vida anual, por lo que se puede garantizar su perpetuidad y disposición suficiente y continua.
TempoPaper	https://www.tembopaper.com/paper-straw-manufacturer-in-italy	[Competidor en mercado italiano] - Los sorbetes de papel/cartón tiene un periodo de uso corto, ya que empiezan a desintegrarse al contacto con las bebidas, incluso antes que el consumidor la termine por completo. - Ello arruina la experiencia del consumidor de restaurantes, bares, cafeterías, etc. - La transformación que tiene este producto suma emisión de gases, uso de recursos hídricos, electricidad y fuentes científicas afirmar que la huella ambiental del uso del papel es mayor a la del plástico (Gestión, 2019). - Los sorbetes Kuru son trabajados en un proceso de transformación donde estamos comprometidos con el ahorro del agua y con minimizar nuestra huella de carbono. - Al ser un producto natural, no se mezcla con otros aditivos para convertirlos en sorbetes.
Bio-Strohhalme	https://www.bio-strohhalme.com/bio-eco/?lang=en	[Competencia en mercado italiano] - Los sorbetes de "bio plástico" o que tienen el sello de "compostable" requieren mandatoriamente que se les de un tratamiento de compost en composteras industriales y calificadas. - En Perú no existe ninguna para el uso público, en USA, hay menos de 100. - Además, estos sorbetes cuando entran en contacto con la bebida, especialmente calientes, se empiezan a deshacer arruinando la experiencia del consumidor y la bebida. - Estos sorbetes, si no se comportan, terminan contaminando igual que el plástico. - La legislación peruana menciona que para considerar un producto "bio" solo se requiere que el 1% de su peso sea materia orgánica. La legislación mundial supone la misma lógica. - Los sorbetes Kuru son 100% naturales, por lo que se degradan fácilmente bajo cualquier tratamiento de basura, ya sea en tierra (se seca y desintegra) o en mar (se hidrata y los animales lo

Nombre de competidor	Página web	Principales diferenciadores
		desintegran. - Los Kuru son resistentes a temperaturas extremas, tanto frías como calientes.
The Metal Straw	https://www.themetalstraw.co.uk	[Competencia en mercado italiano] - Los sorbetes Kuru son más cómodos para los usuarios que los de metal. - En empresas de alimentos y bebidas, no es logísticamente factible usar los sorbetes de metal porque su proceso de limpieza y desinfección es más tedioso que el menaje común. - Además, implementar un volumen de sorbetes para el ticket promedio de un restaurante por ejemplo (1000 sorbetes por mes), convierte a esta compra en una inversión más grande pues son costosos y no es viable para un modelo B2B. - Los Kuru se pueden reutilizar, pero ofrecemos a nuestros clientes la satisfacción de obtener sorbetes desechables, a bajo costo y que asemeje todas las características del antiguo sorbete de plástico sin dañar el medio ambiente. - Al contrario, usando los Kuru prevenimos la quema forestal de esta planta.

CONTENIDO TECNOLÓGICO

B.1.6. Nivel de contenido tecnológico de la startup

Está en proceso de realizar un desarrollo propio y/o de patente

B.1.7. En caso aplique, qué tecnología de las siguientes utilizan

Otro

B.1.8. Describe las dos respuestas anteriores.

Indecopi no nos puede patentar, pero menciona que podemos registrar la gestión y estandarización del cultivo como propiedad intelectual, porque nuestra "fórmula" de cultivo es la que garantiza un producto de calidad, resistencia y presentación atractiva. Para ello se requiere hacer un historial de dos a tres años; por ende, nos encontramos en ese proceso. Como estrategia comercial, estamos implementando una página web con la opción de world wide shipping.

B.2 MERCADO Y ESCALABILIDAD

TRACCIÓN

B.2.1. ¿Cuál es el modelo de negocio? Describe la estrategia de monetización de la solución.

A los decisores de compra de bares, restaurantes y hoteles de lujo y a los distribuidores del mercado italiano les ofrecemos un producto 100% natural, de bajo costo, fácil de producir, resistentes, extendiendo la vida de una planta antes quemada, a través de medios digitales como mailing, RRSS y página web. La sostenibilidad financiera viene de la venta de cañitas en sus diversas presentaciones: sorbetes removedores, estándar, removedores y sorbetones y con los planes de abastecimiento mensual.

B.2.2 Muestra tus principales indicadores y qué metas has logrado en los últimos 6 meses como mínimo.

Indicadores: - Volumen de ventas: crecimiento 10% mensual. - Acuerdos de distribución mayorista: pre orden de compra de un distribuidor italiano. - Empresas contactadas vía mailing: 20 en promedio por mes. - Ratio de conversión de clientes: 1 de cada 3 contactados se convierte en cliente. - Costo de obtención de cliente: 2% del valor de un millar. - Nro apariciones en medios: digital 2 y somos parte de una campaña publicitaria televisiva masiva de "los buenos negocios" de Centrum PUCP.

MERCADO

B.2.3. ¿Cómo planeas convertirte en un negocio global? ¿Cuáles son las principales barreras o limitaciones para el escalamiento? ¿Qué soluciones planteas para superarlas?

La exportación al mercado italiano será el primer paso para ingresar al mercado europeo: cumpliendo con las certificaciones podremos distribuir a toda la Unión Europea, siendo un mercado que se encuentra legal y socialmente más avanzado en el cuidado ambiental y la reducción de plástico de un solo uso. Por ello, los retos empresariales son incrementar la producción, implementar empaquetado individual y

obtener certificados. Para ello industrializaremos el proceso de producción con máquinas.

B.2.4. Describe y cuantifica el mercado objetivo en el corto plazo (próximos 6 meses) y en el mediano plazo (próximos 2 años) de la solución propuesta. Describe si se trata de un mercado local, nacional o internacional.

El mercado a corto plazo se compone por el mercado nacional de hoteles, restaurantes y bares de sector AB+, los cuales tienen un gasto promedio en sorbetes de 200 soles mensuales por local físico. A un año, expandiremos ese mercado incluyendo a distribuidores mayoristas de productos de embalaje y menaje bionaturales en Italia. Y a dos años incluimos como mercado a la región europea, mercado valorizado al 2020 en 10.5 billones USD y se estima al 2025 estará valorizado en 27.9 billones USD.

POTENCIAL EN IMPACTO SOCIAL Y/O AMBIENTAL

B.2.5. ¿Cuáles son los impactos sociales y/o ambientales que genera la operación de tu negocio? ¿Cómo los reduces o eliminas? ¿Generas además impactos positivos? Cuantifica y describe.

Impacto social: - Capacitamos a los agricultores en el proceso de transformación para que sean proveedores de la materia prima, pero también colaboradores, generando fuentes de trabajo en comunidades a +3000 m.s.n.m vulneradas por la pobreza extrema: Incremento en 316% de la remuneración que reciben los agricultores. - Incluimos política de género. 80% de nuestro personal es femenino y en zonal rural, el 50%. Impacto ambiental: - Producto contribuye a reducir el plástico de un solo uso.

B.2.6. En caso aplique, selecciona el Objetivo de Desarrollo Sostenible en el que se enfoca tu solución. Puedes conocer los Objetivos de Desarrollo Sostenible aquí: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/>

(12) Producción y consumo responsables

EJECUCIÓN DEL CAPITAL SEMILLA

B.2.7. ¿Cuáles son los objetivos del equipo emprendedor para la startup a corto y mediano plazo y cómo este capital semilla ayudará a lograrlos?

El capital nos ayudará a obtener los certificados legales requeridos para la exportación y para la planta de transformación, a incrementar la capacidad de producción empleando herramienta de corte industrializada que hará más eficiente el tiempo de producción en (con OC italiana pasaremos de producción de 30 millares mensuales a 170) y a implementar una página web. Objetivo general: Mejorar la competitividad del producto y de la producción de los sorbetes para su ingreso a mercados internacionales a través de una página web mejorada y estrategias de marketing.

B.3 COMPOSICIÓN DEL EQUIPO EMPRENDEDOR

B.3.1. Datos generales del equipo emprendedor. Recuerda que todos los miembros deben ser los fundadores de la startup.

Tipo de Documento	Nro. Documento	Nombre	Fecha de Nacimiento	Sexo	Nacimiento - País	Nivel educativo alcanzado	Profesión / Formación	Experiencia como emprendedor (años)	Correo	Linkedin
DNI	72623410	Gómez González, Anyela Steffani	1997-06-20	Femenino	PERU		Imagen Empresarial y Liderazgo Emprendedor	4	anyela.gomezgonzalez@gmail.com	
DNI	47104868	Villar Gonzáles, Karem Rocio	1991-03-10	Femenino	PERU		Contabilidad y Finanzas	5	asconiskasi@gmail.com	

B.3.2. Cuéntanos en una o dos oraciones lo más impresionante fuera de este proyecto que ha logrado cada fundador.

-A.Gómez: CEO en Start up similar 2018-2019, logrando facturación anual de S/56,000 y siendo reconocido en diversos concursos: Top 10 Red Kunan, 1er puesto como Mujer Emprendedora-Telefónica, 2do puesto como Organizaciones Ciudadanas-Perú 2021. -K. Villar: Contadora senior que dirige una consultora de contabilidad y finanzas. Trabajó estrategias financieras para +15 emprendimientos el año pasado, en sector minero y comercio exterior.

B.3.3. ¿Por qué eligieron éste proyecto?

Ambas nacimos en la sierra central, rodeadas de una riqueza natural admirable, pero rodeadas también de realidades crudas a causa de la falta de oportunidades y la pobreza económica de la región. A pesar que tomamos caminos diferentes profesionalmente, la pasión por nuestros orígenes, la riqueza de nuestra región y nuestra inquietud por transformar la realidad en la que crecimos a través de los negocios y el desarrollo económico, ambiental y social, nos llevaron a formar lo que es hoy Kuru.

B.3.4. ¿Cuál es la experiencia de cada fundador y cómo es relevante para el startup? ¿Alguno ha sido fundador de una startup antes?

-A.Gómez: Se formó en emprendimiento transformador, donde se trabajan empresas sostenibles y se incluye la economía circular. Fue gerente general de otra startup, logrando posicionar la marca en el primer año en el mercado local. Su trabajo tuvo cobertura de prensa en Sudaca y La República y primera plana en El Comercio domingo. -K.Villar: Comenzó su experimentación profesional en mineras hace 9 años, luego se especializó en estrategias financieras empresariales y comercio exterior.

CAPACIDAD DE EJECUCIÓN DEL EQUIPO EMPRENDEDOR

B.3.5. ¿Por qué son el equipo ideal para sacar adelante esta startup? ¿Cuál es su experiencia trabajando juntos?

Ambas nos conocemos desde hace más de 20 años y hemos venido trabajando juntas desde hace 4 años de manera esporádica. Hemos trabajado en el 2020 de manera parcial en potenciar una empresa de giro tradicional, logrando los siguientes resultados: - Crecimiento de ventas mensual sostenido y de 8% en promedio. - Facturación mensual de 40,000 soles en promedio. (28,000 antes de nuestro trabajo) - Organización de la estrategia empresarial y financiera.

B.3.6. ¿Cuáles son las redes de apoyo con las que cuenta la startup? Menciona y describe el apoyo recibido de comunidades de emprendedores, mentores, inversores, incubadoras, aceleradoras, entre otros.

Actualmente formamos parte de la Red Kunan, que cataliza emprendimientos sociales de alto potencial con empresas privadas para compras mayores y promocionan oportunidades para la red. Gracias a ellos, tenemos un mentor Vasco Magias, que trabaja en el sector de Food&Beverage en colaboración con Alemania. Además, ahora estamos respaldados por la incubadora 1551, que nos conecta con organizaciones como WISE y GENES, ambos desarrollan oportunidades para el emprendimiento tecnológico y social.

B.3.7. ¿La startup ha recibido inversión privada?

SI

B.3.8. Si es que sí, ¿de qué tipo de inversor? ¿Qué monto ha recibido de cada uno?

11,000 soles que provienen de capital personal como fundadores en aportes no monetarios (computadoras, herramientas, etc).

B.4 DATOS DE CONTACTO DEL LÍDER EMPRENDEDOR

B.4.1. Es importante la consignación de datos actualizados para establecer el contacto entre Startup Perú y el equipo emprendedor, a través del líder emprendedor. Un correo electrónico debe ser personal, en caso el dominio de la startup cambie posteriormente.

	Líder emprendedor	
Teléfono de contacto 1	953949125	Teléfono de contacto 2
Correo electrónico 1	anyela.gomezgonzalez@gmail.com	Correo electrónico 2

C.1. FINANCIAMIENTO

C.1.1. El presupuesto debe cumplir con los porcentajes máximos y mínimos de aporte según lo establecido en las bases.

El monto máximo de RNR es de S/55,000 (S/50,000 de capital semilla + S/5,000 de asignación a la incubadora/aceleradora). El RNR representa máximo el 70% del presupuesto total, el 30% restante representa el aporte monetario y no monetario.

Concepto	Aporte ProInnovate (RNR) (S/.)	Aporte Monetario (S/.)	Aporte No Monetario (S/.)	Total (S/.)
Consultorías especializadas	0.00	2,000.00	0.00	2,000.00
Honorarios	12,000.00	0.00	9,821.50	21,821.50
Materiales e insumos	8,500.00	6,440.00	0.00	14,940.00
Servicios tecnológicos o empresariales	0.00	5,310.00	0.00	5,310.00
Pasajes y viáticos	0.00	0.00	0.00	0.00
Otros gastos	0.00	0.00	0.00	0.00
Pago a Incubadora	5,000.00	0.00	0.00	5,000.00
Gastos de gestión	0.00	0.00	0.00	0.00
Equipos y bienes duraderos	29,500.00	0.00	0.00	29,500.00
Total	55,000.00	13,750.00	9,821.50	78,571.50

C.2. FINANCIAMIENTO DETALLADO

Importante:

Ud. debe considerar las siguientes recomendaciones al ingresar información sobre presupuestos en cada cuadro:

- IGV/Flete/Gastos de desaduanaje será asumido por las entidades participantes
- No se podrá financiar con RNR personal que pertenece a la Entidad Solicitante o Asociadas como parte de los Recursos adicionales
- Incentivos es sólo para los investigadores de las entidades asociadas

C.2.1. CUADRO N°1: PRESUPUESTO POR ENTIDADES APORTANTES

Nombre de la Entidad	Aporte No Monetario S/.	Aporte Monetario S/.	Aporte Total S/.	Porcentaje %
Entidad Solicitante				
ECOLOGICAL INVESTMENTS KURU S.A.C.	9,821.50	13,750.00	23,571.50	30.00
RNR				
FINCYT	0.00	55,000.00	55,000.00	70.00
	9,821.50	68,750.00	78,571.50	100.00

C.2.2. CUADRO N°2: PRESUPUESTO POR PARTIDA DE GASTO Y ENTIDADES APORTANTES

Partida presupuestal de gasto	Aporte Monetario Innóvate Perú S/.	Aporte Monetario Entidad Solicitante S/.	Aporte Monetario Entidad Asociada S/.	Aporte No Monetario Entidad Solicitante S/.	Aporte No Monetario Entidad Asociada S/.	Total S/.	% Aporte Innóvate Perú
CONSULTORIAS	0.00	2,000.00	0.00	0.00	0.00	2,000.00	0.00
EQUIPOS Y BIENES DURADEROS	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
GASTOS DE GESTIÓN	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
HONORARIOS	12,000.00	0.00	0.00	9,821.50	0.00	21,821.50	21.82
MATERIALES E INSUMOS	8,500.00	6,440.00	0.00	0.00	0.00	14,940.00	15.45
OTROS GASTOS ELEGIBLES	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
PASAJES Y VIÁTICOS	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
SERVICIOS DE TERCEROS	34,500.00	5,310.00	0.00	0.00	0.00	39,810.00	62.73
	55,000.00	13,750.00	0.00	9,821.50	0.00	78,571.50	100.00

C.2.3. CUADRO Nº 3: Equipos y Bienes duraderos

Equipos y bienes duraderos	Especificaciones técnicas	Proforma (Fecha)	Unidad de Medida	Costo Unitario	Cantidad	Costo total S/.	Financiamiento S/.	Cofinanciamiento			C1							C2														C3			
								Financiamiento S/.	No Monetario S/.	Nombre de la Entidad	1.1	1.2	1.3	1.4	1.5	1.6	1.7	2.1	2.2	2.3	2.4	2.5	2.6	2.7	2.8	2.9	2.10	2.11	2.12	2.13	2.14	3.1	3.2	3.3	

C.2.4. CUADRO Nº 4: Recursos Humanos - Valorización del equipo Técnico

Nombre	Entidad a la que pertenece	% dedicación	Horarios mensuales	Nro meses	Costo Total S/.	Financiamiento S/.	Cofinanciamiento			C1							C2														C3		
							Financiamiento Monetario S/.	No Monetario S/.	Nombre de la Entidad	1.1	1.2	1.3	1.4	1.5	1.6	1.7	2.1	2.2	2.3	2.4	2.5	2.6	2.7	2.8	2.9	2.10	2.11	2.12	2.13	2.14	3.1	3.2	3.3
	Gómez González, Anyela Steffani	ECOLOGICAL INVESTMENTS KURU S.A.C.	100	9,822	0	0.00	0.00	0.00	9,821.50	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	
	Villar Gonzáles, Karem Rocio	ECOLOGICAL INVESTMENTS KURU S.A.C.	75	2,000	69,000.00	12,000.00	0.00	0.00	0.00	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X											
	Gómez González, Anyela Steffani		0	0	0	0.00	0.00	0.00	0.00																								

C.2.5. CUADRO Nº 5: Consultorías

Descripción	Unidad de Medida	Costo Unitario	Cantidad	Costo total S/.	Fincyt S/.	Cofinanciamento		C1							C2														C3		
						Fincyt S./Mo	Nombre de la Entidad	1.1	1.2	1.3	1.4	1.5	1.6	1.7	2.1	2.2	2.3	2.4	2.5	2.6	2.7	2.8	2.9	2.10	2.11	2.12	2.13	2.14	3.1	3.2	3.3
	Consultoria de exportación		2,000	12,000.00	12,000.00	0.00	2,000.00	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X												

C.2.6. CUADRO N° 6: Servicios de terceros

Descripción	Unidad de Medida	Costo Unitario	Cantidad	Costo total S/.	Fincyt S/.	Cofinanciamento		C1							C2														C3		
						Monetario S/.	Nombre de la Entidad	1.1	1.2	1.3	1.4	1.5	1.6	1.7	2.1	2.2	2.3	2.4	2.5	2.6	2.7	2.8	2.9	2.10	2.11	2.12	2.13	2.14	3.1	3.2	3.3
	Certificado de origen	Global	11,800	111,800.00	11,800.00	10,000.000	1,800.000	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X								
	Registro de Marca	Global	1,180	11,180.00	1,180.00	1,000.00	180.00	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X											
	Dominio página web	Global	590	590.00	590.00	500.00	90.00	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X												
	Certificado Fitosanitario	Global	11,800	111,800.00	11,800.00	10,000.000	1,800.000	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X											
	Certificado de Fair Trade	Global	5,900	59,000.00	5,900.00	5,000.00	900.00	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X									
	Análisis de mercado internacional	Global	3,540	35,400.00	3,540.00	3,000.00	540.00	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X								
	Acompañamiento de incubadora/aceleadora	Global	5,000	50,000.00	5,000.00	5,000.00	0.00	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	
	Difusión y transferencia del conocimiento del proyecto		0	0.00	0.00	0.00	0.00																								

C.2.7. CUADRO N° 7: Pasajes y viáticos

Descripción	Unidad de Medida	Costo Unitario	Cantidad	Costo total S/.	Fincyt S/.	Cofinanciamiento		C1							C2														C3			
						Fincyt S/. Monetario	Nombre de la Entidad	1.1	1.2	1.3	1.4	1.5	1.6	1.7	2.1	2.2	2.3	2.4	2.5	2.6	2.7	2.8	2.9	2.10	2.11	2.12	2.13	2.14	3.1	3.2	3.3	

C.2.8. CUADRO N° 8: Materiales e insumos

Descripción	Unidad de Medida	Costo Unitario	Cantidad	Costo total S/.	Fincyt S/.	Cofinanciamiento			C1							C2														C3		
						Monetario S/.	No Monetario S/.	Nombre de la Entidad	1.1	1.2	1.3	1.4	1.5	1.6	1.7	2.1	2.2	2.3	2.4	2.5	2.6	2.7	2.8	2.9	2.10	2.11	2.12	2.13	2.14	3.1	3.2	3.3
		Global	9,440	19,440.00	18,000.00	8,000.00	1,440.00	0.00	X	X	X	X	X	X	X																	
		Global	5,500	15,500.00	15,000.00	5,000.00	5,000.00	0.00	X	X	X	X	X	X	X																	

C.3. OTROS

C.3.1. ¿CÓMO TE ENTERASTE DE START UP PERÚ?

- A través de una organización (favor nombrar):
- Me recomendó un amigo o familiar
- Lo vi en la televisión (favor nombrar):
- Lo escuché en la radio (favor nombrar):
- Lo vi en el periódico (favor nombrar):
- A través de un representante de Start Up Perú (teléfono, correo, charla, feria)
- Lo vi en Internet (Facebook, página web del programa) (favor especificar):
- Otro (favor explicar):

A través de un representante de StartUp Perú (teléfono, correo, charla, feria) -

D.1. DOCUMENTOS

D.1.1. Declaración Jurada de chequeo legal y compromiso (Formato II).

Declaración jurada firmada.pdf

D.1.2. Copia simple de reporte de la central de riesgo de la SBS de cada miembro del equipo emprendedor.

Reporte de deudas-Kuru.pdf

D.1.3. Copia simple de reporte de la central de riesgo de la SBS de la persona jurídica, en caso postule a través de una persona jurídica.

PDF2ECOLOGICALINVESTMENTSKURUSAC290820251631.pdf

D.1.4. Documento que acredite que el líder del equipo emprendedor es accionista de la empresa, en caso postule a través de una persona jurídica.

2021_5712530.pdf

D.1.5. Copia simple de la resolución de fraccionamiento de deuda coactiva con Sunat, en caso un miembro del equipo emprendedor o la persona jurídica figuren con deuda.

NO APLICA.pdf